

Литература

1. Россияне о своем свободном времени. ФОМ. Опрос населения в 100 населенных пунктах 44 областей, краев и республик России. 9-10 июня 2007 года, 1500 респондентов, стат.погрешность $\pm 3,6\%$ // Интернет-ресурс: <http://bd.fom.ru>
2. Опрос проводился в декабре 2007 года в Челябинской области, выборочная совокупность – 2007 человек, стат.погрешность $\pm 2\%$.
3. Российская социологическая энциклопедия / Под общ.ред. Г.В.Осипова. – М., 1998. – 672с. – С.584
4. Яковлева Е. Времени больше, чем денег. // РГ – 2007. - 18 июня. - №4390 // Интернет-ресурс: <http://www.rg.ru>

Цукерман В. С.,
г. Челябинск

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КУЛЬТУРЫ МАТЕРИАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Под производством мы понимаем процесс создания материальных благ и услуг. Есть и другое значение этого понятия - материальное производство как некая сфера деятельности, которая эти блага и услуги производит (скажем, промышленность, сельское хозяйство, транспорт и т.п.). Под материальным производством в более узком смысле мы можем понимать и отдельные предприятия или совокупность предприятий, некую организацию, специализирующуюся на производстве материальных благ, как правило, выступающих в качестве объектов, имеющих вещественно-материализованную форму.

Понятно, что и культура материального производства в целом и социологические аспекты её анализа связаны с различными видами производств. Они имеют свою специфику в промышленности, в сельском хозяйстве, в строительстве, транспорте, связи, торговле и т.п. В наиболее чистом виде материальное производство выступает в промышленности, и поэтому для анализа мы выберём именно эту сферу производства и

предположительно, главным образом – одно предприятие, не конкретизируя характер его деятельности, применительно к специфике его организации и к производящемуся продукту, хотя в ряде других случаев речь пойдёт о процессах, характеризующих промышленное, либо другое материальное производство в целом.

Для того чтобы судить о культуре материального производства, необходимо для начала выяснить, к какому типу общества относится это производство - то есть это производство доиндустриальной эпохи, индустриальной, постиндустриальной и т.п. Без анализа вписанности данного предприятия либо данной отрасли материального производства, данной сферы в систему общественных отношений, характерных для данной эпохи, без изучения того, в какой мере это производство соответствует, как сейчас модно выражаться, тренду этой эпохи, судить о культуре материального производства некорректно.

Применительно к нашему времени и к нашему обществу необходимо учитывать ряд характеристик культуры материального производства в аспекте его социально-экономических условий, о которых речь пойдёт ниже. Естественны, формы собственности на орудия и средства производства. Практика показывает, что в большинстве случаев наиболее эффективной является частная собственность в различных её формах. Государственная собственность, как это показала и предшествующая социалистическая стадия нашего общественного развития, и современность – либо неэффективна, либо эффективна только в условиях мобилизационной экономики для решения тех или иных временных, преходящих задач. Поэтому само соотнесение данной сферы промышленного производства либо данного производства с формой собственности даёт основания говорить о большей или меньшей степени его культуры производства. Разумеется, важно выяснить соотношение элементов плановой и рыночной экономики применительно к данной сфере производства. Если говорить в целом, то рыночная экономика предпочтительнее, она доказала свою эффективность в ходе всей

человеческой истории. Если же говорить о конкретном предприятии или о конкретной отрасли, то здесь необходим достаточно скрупулёзный анализ всех элементов соотношения планового или рыночного начала. Какие бы то ни было выводы, которые заранее говорят о предпочтительности того или иного характера производства, как правило, невозможны.

Значимой стороной культуры производства является система управления производством и внутреннего производственного стимулирования. В данной статье и решается ряд вопросов относительно того, каким образом строятся связи между предприятиями, принадлежащими данному холдингу, концерну, в какой мере это предприятие является самостоятельным, какой орган им управляет – совет директоров или какая-то другая структура? В какой мере представлены в этом центральном органе управления различные слои работающих на данном предприятии или в данной отрасли – есть ли представители профсоюзов, какие-то организации, объединяющие работников низшего звена, работников сферы управления и т.п.? Анализ каждого из этих элементов структуры управления позволит судить о культуре управления с позиции наиболее эффективного построения этой структуры. Сюда же относятся и формы оплаты труда работников – сдельная, сдельно-премиальная, повременная или система оплаты труда, построенная по иным принципам. По каждой из конкретных форм оплаты труда может быть выявлена её эффективность и соответствие специфике данного производства.

Разумеется, очень важно выяснить характер взаимоотношений внутри производственного коллектива. В первую очередь выявляются элементы корпоративной культуры - в какой мере эта культура осознаётся, в какой мере она имеет определённое организационное и официальное оформление, в какой мере основные требования корпоративной культуры известны и доступны рядовым работникам данного предприятия либо данной отрасли, в какой мере эти элементы корпоративной культуры оказываются эффективны, проверены временем и т.д.

Чрезвычайно важно выяснить характер межличностных отношений в рамках данного цеха, бригады, предприятия, какой-либо более крупной структуры, отношения управляющих и подчинённых им людей. Одним словом, выявить характеристику вертикальных и горизонтальных связей внутри производственного коллектива, культуру межличностных отношений.

Чрезвычайно важна духовно-нравственная сторона производственной деятельности, характеристики работников предприятия с точки зрения соотношения стимулов, позволяющих эффективно действовать, характеристики таких духовно-нравственных качеств работников, как активность, добросовестность, обязательность, дисциплинированность, инициативность и целый ряд других характеристик, которые специфичны, как правило, не только для работников данного предприятия, но и нередко данной отрасли. Скажем, особые характеристики духовно-нравственных качеств работников, связанных с опасными условиями труда – шахтёров, лётчиков и других профессий такого рода. В известной мере подобного рода качества связаны с традициями данного общества, данного государства, данной цивилизации, если говорить о более крупных масштабах.

Одним из важнейших показателей культуры производства является характеристика условий труда. Условия труда предполагают как обстоятельства социально-организационного свойства, так и условия труда в более узком смысле этого слова – медико-санитарные и биолого-психологические условия, такие как наличие приемлемых производственных помещений, соответствующей температуры в летнее и зимнее время, шумы, вибрация, освещённость, загазованность, возможность принять санитарно-гигиенические меры после завершения труда. Одним словом, наличие души, каких-то иных удобств и процедур, позволяющих после окончания рабочего дня получить необходимые возможности для последующего здорового образа жизни.

Это также такие характеристики условий труда, как производственная эстетика, которая существует на ряде предприятий, включающая такие виды,

например, как функциональная музыка, когда-то реализуемая на Пермском телефонном заводе, комнаты психологической разрядки и т.п.

До сих пор речь шла преимущественно о культуре условий производства. Наиболее важна, конечно, культура процесса производства. Какие основные элементы определяют культуру процесса производства? В первую очередь, естественно, технология – в какой мере осуществляется наиболее эффективная технология производства того или иного материального продукта, тех или иных услуг материального характера. Естественно, социолог не в состоянии в полной мере оценить степень технологической эффективности и степень технологической прогрессивности процесса производства. Здесь, как, впрочем, и в отношении ко всей этой проблеме, необходимо сотрудничество с представителями технических специальностей, связанных именно с данным производством, экономистами, специалистами в области менеджмента, иногда и с представителями санитарно-гигиенических служб. В любом случае, исследование культуры материального производства не может не быть комплексным, хотя для социолога есть своя специфика и ему принадлежит своя определённая роль. Помимо технологической стороны, связанной с использованием наиболее прогрессивных технологических процессов, существуют и иные формы культуры процессов производства. Это, в частности, характер и содержание труда. Желательно, чтобы труд был в наибольшей мере автоматизированным, чтобы в труде рядового работника в наибольшей мере были выражены интеллектуальные моменты. Необходимо широкое использование современной техники, позволяющей высвободить работника от видов труда, имеющих низкий интеллектуальный и творческий уровень и сделать так, чтобы в основном даже рядовой работник выступал как управляющий технологическим процессом, а не придаток к конвейеру или к какому-либо другому механизму. Впрочем, эта проблема гуманизации труда гораздо сложнее и глубже, чем её решения в рамках отдельного предприятия.

Естественно, важен режим работы и такая его организация, при которой исключается штурмовщина, дезорганизованность и прочие проявления весьма распространённые ещё в советский период, связанные с неумением организовать сам трудовой процесс.

Третьим важнейшим элементом культуры материального производства является культура результатов производства. Культура результатов производства оценивается по качеству произведённого продукта. В свою очередь это качество может быть оценено как экспертами, изучающими то или иное производство, так и непосредственно потребителями. В принципе именно потребители и определяют качество произведённого продукта, хотя здесь есть масса превходящих обстоятельств: качество продукта может быть относительно невысоким, но иметь низкую, а потому привлекательную цену, либо какие-то иные обстоятельства сказываются на отношении потребителя к продукту – реклама и пр. Однако в целом, если проследить путь этого продукта к потребителю на протяжении относительно длительного периода по отношению к различным группам потребителей, можно всё же дать объективную оценку качеству произведённого продукта, и при высоком уровне этого качества говорить о высокой культуре производства.

Понятно, что культура условий производства, процессов производства и результатов производства – главные характеристики культуры материального производства в целом. Однако необходимо учитывать ещё целый ряд связей, отношений, характеристик, без которых представление о культуре производства будет неполным. Сюда относятся, в частности, отношение данного производства к государственной системе, её потребностям и целям, место данного производства или данной отрасли в совокупном продукте, произведённом данной страной, регионом, в ВВП страны, наличие связей с муниципальными и иными управленческими структурами, выявление общих или противостоящих интересов данной отрасли, данного предприятия с государственными, региональными и муниципальными структурами. Сюда относятся проблемы экологической

безопасности данного предприятия, взаимоотношения его с различными общественными движениями, в том числе движениями экологического характера. Здесь же значимы проблемы имиджа данного предприятия или отрасли, роли его в осуществлении благотворительной деятельности, проблемы рекламы и её достоверности. Одна из существеннейших – проблема маркетинга, поскольку именно маркетинг позволяет выявить потребности потребителя в том или ином продукте. Одним словом, круг проблем, связанных с культурой материального производства, необычайно широк. В данной публикации мы наметили лишь некоторые пути выявления культуры материального производства социологическими методами, в том числе методами опроса, анализа документации, иногда и социального эксперимента, если предлагается та или иная система оплаты труда тех или иных работников и в порядке эксперимента проверяется эффективность такого вида оплаты. Может использоваться и метод систематизированного, в том числе включённого наблюдения.

Естественно, как уже говорилось выше, такого рода исследование должно быть комплексным. Пока ещё редки случаи, чтобы предприятия или отрасли давали социологам заказ на анализ культуры производства. Однако разрабатывать эти проблемы и предлагать свои услуги в качестве инициаторов анализа культуры производства представляется делом весьма перспективным для социологов.

Чебыкина И.В., Третьяк Ю.С.,
г. Екатеринбург

РЕКЛАМНЫЙ СУВЕНИР КАК ВИД СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Информация становится все более и более значимым аспектом жизни людей и, согласно прогнозам ученых, информация, способы ее накопления и обмена ею, умения воспринимать и обрабатывать информацию станут